

Villeneuve d'Ascq, le 11 avril 2009

COMMUNIQUE DE PRESSE



Auchan inaugure sa nouvelle signature à la télévision :



Ce 13 avril, Auchan lance une grande campagne en télévision, première étape d'un dispositif de communication qui sera déployé en affichage et radio dans les semaines à venir.

Cette campagne, la première développée en collaboration avec l'agence .V sera l'occasion de mettre en valeur sa nouvelle signature qui illustre la volonté de l'entreprise de concilier pouvoir d'achat et qualité de vie pour ses clients. Elle sera aussi l'occasion de mettre en valeur son offre de produits premier prix Pouce, une des solutions développées par Auchan pour répondre aux besoins quotidiens des consommateurs.

Une nouvelle signature sous le signe de l'optimisme

La nouvelle signature d'Auchan France « **Vivons mieux. Vivons moins cher.** » sera désormais reprise sur l'ensemble de ses supports de communication.

Afin de rappeler avec force les engagements d'Auchan pour la qualité de vie de ses clients, cette signature conserve une image associée étroitement à l'identité Auchan : **la vie**, en continuité avec les précédentes communications : « La Vie Austère, La vie Auchan » « Auchan. La vie. La vraie. » « La Vie Auchan, elle change la vie ».

« Vivre mieux », c'est aussi l'ouverture vers une consommation plus responsable et plus équilibrée, synonyme de sérénité et de plaisir.

Dans le même temps, la signature affirme nettement la vocation de discount de l'entreprise en valorisant l'investissement considérable réalisé par Auchan pour **améliorer le pouvoir d'achat de ses clients.**

« Cette nouvelle signature est une véritable synthèse de la marque Auchan. Elle permet de traduire la vocation de notre politique commerciale : allier plaisir, discount et modernité », explique Jean-François Cherrid, directeur marketing d'Auchan France.

« Dans un contexte économique difficile, cette nouvelle signature est un choix fort et courageux car elle n'hésite pas à délivrer un message d'optimisme pour nos clients : en allant chez Auchan ils n'ont pas à choisir entre la qualité de vie et le prix », explique Philippe Baroukh, directeur général d'Auchan France.

Une campagne alliant humour et efficacité

A l'occasion du lancement de cette signature, l'agence .V a développé pour Auchan une création malicieuse sous la forme d'un « feuilleton » audiovisuel qui débute le 13 avril en télévision. Il met en scène 2 personnages récurrents, Patrick et Julie, qui symbolisent 2 types de consommateurs :

**Patrick, symbole de la morosité ambiante.
Il vit mal l'acte de consommation, faute de faire ses courses chez Auchan. Il est résigné, pessimiste, inquiet...**



**Julie, cliente d'Auchan.
Elle a toujours de bonnes idées pour vivre mieux en dépensant moins, elle est optimiste, généreuse et dynamique.
Heureusement pour Patrick, elle n'est jamais avare d'un bon conseil...**

Gage d'humour et de créativité, les films TV ont été réalisés par **Eric Lartigau**, metteur en scène des comédies à succès « Mais qui a tué Pamela Rose ? » et « Prête-moi ta main ».

« Nous avons choisi de développer une campagne sous la forme d'une saga à épisode, qui accompagne la vie des Français. Elle mettra en valeur, film après film, à travers les conseils donnés par « Julie » à « Patrick », les « Solutions moins chères Auchan » : des solutions pratiques que nous mettons à la disposition de nos clients pour les aider dans les difficultés du quotidien », explique Pierre Bersagol, directeur de la communication publicitaire.

Une « première » qui met en vedette les premiers prix

« Pour cette première campagne télé, nous avons voulu mettre en avant nos produits premiers prix Pouce, et rappeler qu'ils sont la plupart du temps moins chers que ceux vendus dans les enseignes de hard-discount » explique Jean-François Cherrid.

Les films montrent ainsi :

- le pack de 12 yaourts aromatisés aux fruits à 1,25 euros
- la bouteille d'un litre d'huile d'olive à 2,99 euros
- la barquette de carottes râpées à 0,79 euros

Autant de produits consommés régulièrement par les Français.

Pour découvrir le premier film, rendez-vous à l'adresse suivante:

<http://download.auchan.com/DownloadServlet?id=c5da386501110bec4b9ecc40f4d359be409cd2c0&opener=93b5e5ef044e9a988bc3f07a2d7d3c6d5dd7feef&fd=true>

Et dès le 20 avril, la télévision sera relayée par une vague de communication en radio (ou l'on retrouvera nos 2 héros) et en affichage.

Un nouveau rendez-vous pour les consommateurs...

Contact presse :

Auchan - François Cathalifaud : ☎ 01.58.65.08.10 / 06 21 09 84 35